
LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ CHINA EN EL NUEVO SIGLO: CONSOLIDACIÓN LOCAL Y EXPANSIÓN HACIA NUEVOS MERCADOS (2004-2019)

THE CHINESE AUTOMOTIVE INDUSTRY IN THE NEW CENTURY: LOCAL CONSOLIDATION AND EXPANSION TOWARD NEW MARKETS (2004-2019)

JOSÉ MARÍA RESIALE VIANO¹ (CONICET-UNC)

Resumen

En la primera década del siglo XXI la República Popular China inició un proceso de expansión económica hacia el exterior, contemplado en la *Going Out Policy*. La internacionalización de las empresas automotrices chinas tuvo lugar en ese contexto. Estas compañías, hasta hace no mucho tiempo, se encontraban técnicamente muy atrasadas respecto a las firmas líderes del mercado que operaban a escala global. Sin embargo, en poco tiempo, la capacidad de producción, así como la calidad técnica de los vehículos producidos, tuvo un desarrollo espectacular, aproximándose a los resultados finales de las tradicionales compañías europeas, estadounidenses, coreanas y japonesas. En nuestro trabajo pretendemos indagar sobre el proceso reciente de consolidación a nivel local de la industria automotriz china, y en los intentos de avanzar en el horizonte del desarrollo automotriz a través de la internacionalización de sus compañías.

Palabras clave: CHINA, GOING OUT POLICY, INDUSTRIA AUTOMOTRIZ, INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS

Abstract

In the first decade of the 21st century, the People's Republic of China began a process of international economic expansion, contemplated in the *Going Out Policy*. The internationalization of Chinese automotive companies took place in this context. These companies were technically very backward with respect to the market leading firms that operated on a global scale. However, in a short time, the production capacity as well as the technical quality of the vehicles produced had a spectacular development, approaching the final results of the traditional European,

¹ Profesor y Licenciado en Historia (UNC). Doctorando en Relaciones Internacionales (Universidad Nacional de La Plata). Becario doctoral (CIECS-CONICET). Profesor adscripto en Historia Contemporánea de Asia y África (UNC). Correo electrónico: resialejm2@hotmail.com.ar

American, Korean and Japanese companies. In our work we intend to study the recent process of consolidation at the local level of the Chinese automotive industry, and the internationalization attempts of these companies.

Keywords: CHINA, GOING OUT POLICY, AUTOMOTIVE INDUSTRY, ENTERPRISES INTERNATIONALIZATION

Introducción

En el presente trabajo pretendemos abordar los desarrollos recientes de la industria automotriz china. En este sentido, decidimos iniciar el estudio a partir del año 2004, cuando el liderazgo chino anunció la nueva Política Industrial del Sector Automotriz (PISA), que reemplazaba a la promulgada en 1994. La nueva PISA tenía por objetivo mejorar la economía de escala y la concentración de la industria; fomentar el desarrollo de marcas locales, con la pretensión de construir algunas marcas famosas y grupos automotrices que se ubiquen entre los primeros a nivel mundial antes de 2010; convertir a China en uno de los principales países productores de automóviles a nivel mundial y exportar en grandes volúmenes; estimular el desarrollo de proveedores locales y la participación de la competencia global; fomentar la adquisición o fusión internacional; aprender modos maduros de ventas internacionales de automóviles e impulsar el consumo del crédito automotriz y el consumo de automóviles privados (Luo *et al.*, 2006, pp. 108-109). De esta manera, como veremos más adelante, la PISA 2004 sentó el basamento político de lo que en nuestro trabajo definimos como las etapas de “consolidación local” y “expansión internacional” de la industria automotriz china.²

En este sentido, hemos segmentado nuestro trabajo en dos momentos que se corresponden con las etapas mencionadas: en el primero, intentaremos demostrar cómo para el año 2004 la industria automotriz china había logrado alcanzar una escala de producción similar a los principales productores mundiales de vehículos, constituyéndose a partir de 2009 como el primer fabricante a nivel mundial; este desarrollo estuvo ligado esencialmente al crecimiento de la demanda interna y no a las exportaciones. Al mismo tiempo, asistimos al afianzamiento de las empresas automotrices privadas.

² En el año 2009 se lanzó un nuevo documento que adecuaba la PISA 2004 al contexto de crisis mundial, el Plan de Reajuste y Revitalización de la Industria Automotriz, que se extendería por tres años. El Plan pretendía reafirmar algunas ideas como el fortalecimiento del mercado interno estimulando la demanda con incentivos financieros e impositivos; avanzar en la reestructuración de la industria automotriz concentrando la producción y venta del 90 por ciento de los vehículos en menos de 10 empresas; ampliar la venta de vehículo de marcas originales; lograr la independencia en la tecnología de piezas y componentes clave (motores, sistemas de dirección, frenos, transmisión, suspensión) y alcanzar el nivel tecnológico internacional en la construcción de automóviles que funcionan con las nuevas energías (China International Auto Products Expo, 2016).

En una segunda instancia, focalizaremos en las inversiones realizadas por las automotrices chinas en el extranjero, estrategia que podemos encontrar a partir del año 2009 en adelante. En esta línea, revisaremos cuál es el tipo de empresa que decide internacionalizarse y los motivos, valores y destinos de esas inversiones. En este punto, debemos aclarar que ambos fenómenos, la consolidación y la expansión, no fueron procesos aislados, sino que se encuentran íntimamente relacionados. Finalmente, expondremos algunas consideraciones finales.

Hacia la consolidación

El inicio del programa de Reforma y Apertura a partir del liderazgo de Deng Xiaoping marcó un quiebre en el desarrollo de la industria automotriz de la República Popular China (RPC). Si bien se fabricaban vehículos desde la fundación de la First Auto Works (FAW) en 1956, y la Second Auto Works (posteriormente DongFeng Motors) a mediados de la década de 1960, la producción estaba centrada en los grandes camiones comerciales descuidando la fabricación de vehículos de pasajeros (Baker y Hyvonen, 2011, p. 24). Además, para la década de 1970 la capacidad de producción era muy pequeña, la industria estaba fragmentada en muchas fábricas de las cuales sólo cuatro producían más de 1000 unidades anuales, y la tecnología era obsoleta (Álvarez Medina y Sepúlveda, 2006, p. 92). Ante este panorama, durante los años '80 se comenzó a transformar la industria con la intención de conformar un oligopolio automotriz; para ello, el sector se abrió a las inversiones extranjeras que arribaban a través de la conformación de *Joint Ventures* (JV) con empresas estatales (EPE), pudiendo alcanzar sólo una participación del 49 por ciento de la empresa conjunta y con la obligación de transferir tecnología.³ De este modo, el liderazgo chino comenzó a pensar en el desarrollo automotriz como uno de los pilares industriales capaz de traccionar a otras industrias como la del acero, el caucho y las maquinarias, entre otras (McCaleb, 2015, p. 164).⁴

La constitución del oligopolio automotriz fue propiciada por la protección que gozó el sector a través de barreras comerciales -altas tarifas aduaneras y restricciones en las licencias y cuotas de importación-, regulación de las JV -eran beneficiadas con exenciones de impuestos y un cobro mínimo por el uso del suelo-, imposición de límites al ingreso de inversiones para la conformación de JV -con el fin de formar una economía de escala desde el principio-, y reglas sobre el contenido local -las automotrices locales que

³ Entre la década de 1950 y 1980 todas las automotrices eran EPE, establecidas por el gobierno central o regional. La primera JV fue Beijing Jeep Co. en 1983 conformada entre Beijing Automotive Industry Corporation (BAIC) y American Motors Company (esta última será absorbida posteriormente por Chrysler), y fue secundada en 1985 por Shanghai-VW, establecida entre Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC) y Volkswagen (Luo et al., 2006, p. 27).

⁴ En este sentido, vale agregar que la industria automotriz china se ha convertido en un gran consumidor del hierro y acero que produce el mismo país. Esto obedece al crecimiento de la producción pero también a las características de los vehículos, cuyo peso está compuesto entre un 50 y 60 por ciento de acero y entre un 12 y 15 por ciento de hierro. (Baker y Hyvonen, 2011, p. 23)

conformaron JV abandonaron sus marcas y fusionaron sus plantas para producir suministros para las empresas conjuntas con el fin de cumplir con el objetivo de contenido local en los vehículos⁵ (Luo *et al.*, 2006, pp. 50-52). El mercado protegido permitió que los precios de venta de los vehículos estuvieran alejados de los costos de producción, repercutiendo en un altísimo índice de rentabilidad; por ejemplo, en 1993 el modelo Santana se vendía por 200.000 Renminbí y el costo de producción era de 85.000. (Álvarez Medina y Sepúlveda, 2006, pp. 96-97). De esta manera, las empresas estatales no dependían tanto de las JV para obtener financiamiento como de la necesidad de contar con nuevas tecnologías y *Know How*.

De ese modo, el gobierno central privilegió el desarrollo de determinadas empresas sobre otras con el afán de construir sus propios campeones nacionales; esto no implicaba la existencia única de esas automotrices, pero el resto trabajaba sin los conocimientos y la tecnología aportada por las empresas extranjeras y, por lo tanto, si se mantenían en funcionamiento no podían competir o se dedicaban a satisfacer la demanda de vehículos económicos (Thun, 2004, p. 469).

Hacia finales de la década de 1990, cuando los “campeones” ya estaban fortalecidos, se levantó la prohibición a la inversión privada en el sector automotriz; a partir de allí, surgieron algunas firmas conocidas luego como “los tigres jóvenes”, que comenzaron a producir vehículos de pasajeros tras la reconversión de sus fábricas productoras de motos o de aparatos electrónicos⁶ (Luo *et al.*, 2006, pp. 36-40).

Esa política de desarrollo protegido de la industria automotriz comenzó a transformarse a partir del 2001, cuando China ingresó a la OMC. En este sentido, con el fin de adecuarse normativamente a las exigencias del comercio internacional, la RPC se había comprometido a reducir el arancel para los autos importados del 100 al 25 por ciento en un período de cinco años. Sin embargo, esto no significaba el abandono por completo de la protección al sector, sino más bien una modificación en las estrategias; por ejemplo, entre 2001 y 2006 las cuotas de importación se habían reducido del 6 al 3 por ciento (Yuan Chen *et al.*, 2019, p. 3).

A partir del ingreso a la OMC, el desarrollo de marcas en el sector automotriz se convirtió en una prioridad para el gobierno central y, en esta línea, los fabricantes privados corrían con ventajas, ya que las grandes automotrices chinas habían abandonado sus marcas luego de la conformación de las JV. En este sentido,

⁵ Entre las principales EPE favorecidas para la conformación de JV podemos mencionar: FAW, DongFeng, SAIC, BAIC, Changan y Guangzhou Automobile Industry Group (GAIG).

⁶ Entre los “tigres jóvenes” se destacan, por el lado de las privadas, Geely, Lifan, BYD, Bird y Aux; los dos primeros se convirtieron en fabricantes de automóviles luego de tener historia fabricando motos, mientras que los restantes se dedicaban a la producción de aparatos electrónicos. Por el lado de las estatales, Chery y Brilliance.

el gobierno cambió su política y comenzó a apoyar el desarrollo de las automotrices privadas mediante el acceso a financiamiento desde los bancos estatales (Anderson, 2012).

De esta manera, llegamos al período que atañe a nuestro estudio. En esta línea, conviene comenzar revisando los volúmenes de producción de la industria automotriz china comparada con los principales productores mundiales de vehículos comerciales y de pasajeros.

En la Tabla 1 podemos notar que para el año 2004 la producción de vehículos comerciales y de pasajeros de China había logrado superar la cantidad fabricada por Francia y Corea del Sur y estaba muy próxima a la alemana, situándose en el cuarto lugar mundial. Sin embargo, la cantidad de unidades producidas era notablemente inferior a la de aquellos países que lideraban la producción mundial; en este sentido, China producía alrededor de 6,7 millones de vehículos menos que los Estados Unidos y 5,2 millones menos que Japón. Esta tendencia se revirtió para el año 2008, cuando la producción china superó a la estadounidense -afectada por la crisis-, y en 2009 cuando reemplazó a Japón como el principal productor mundial de vehículos.

TABLA 1 - Producción anual de vehículos por país (en cantidad de unidades)

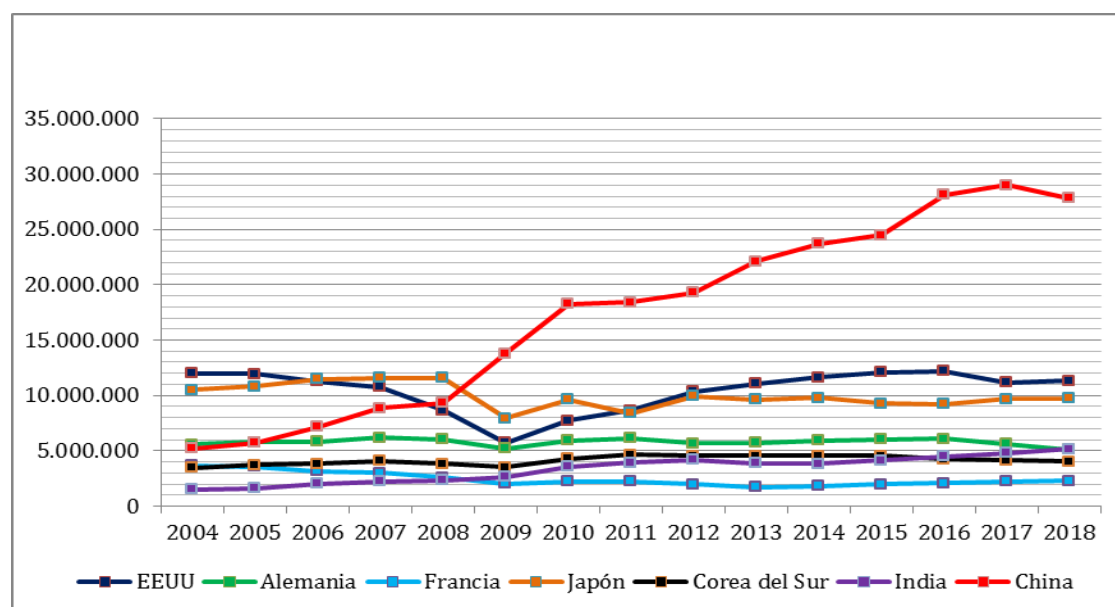
Años	EEUU	Alemania	Francia	Japón	Corea del Sur	India	China
2004	11.989.387	5.569.954	3.665.990	10.511.518	3.469.464	1.511.157	5.234.496
2005	11.946.653	5.757.710	3.549.008	10.799.659	3.699.350	1.638.674	5.717.619
2006	11.263.986	5.819.614	3.169.219	11.484.233	3.840.102	2.019.808	7.188.708
2007	10.780.729	6.213.460	3.015.854	11.596.327	4.086.308	2.253.729	8.882.456
2008	8.672.141	6.045.730	2.568.978	11.575.644	3.826.682	2.332.328	9.299.180
2009	5.709.431	5.209.857	2.047.693	7.934.057	3.512.926	2.641.550	13.790.994
2010	7.743.093	5.905.985	2.229.421	9.628.920	4.271.741	3.557.073	18.264.761
2011	8.661.535	6.146.948	2.242.928	8.398.630	4.657.094	3.927.411	18.418.876
2012	10.335.765	5.649.260	1.967.765	9.943.077	4.561.766	4.174.713	19.271.808
2013	11.066.432	5.718.222	1.740.220	9.630.181	4.521.429	3.898.425	22.116.825
2014	11.660.702	5.907.548	1.821.464	9.774.665	4.524.032	3.844.857	23.731.600
2015	12.100.095	6.033.164	1.970.000	9.278.238	4.555.957	4.125.744	24.503.326
2016	12.198.137	6.062.562	2.082.000	9.204.590	4.228.509	4.488.965	28.118.794
2017	11.189.985	5.645.581	2.227.000	9.693.746	4.114.913	4.782.896	29.015.434
2018	11.314.705	5.120.409	2.270.000	9.728.528	4.028.834	5.174.645	27.809.196

Fuente: Elaboración propia con base en datos de International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2019).

Es claro que el liderazgo mundial de China en la producción de vehículos se produce en un momento en que la producción estadounidense y japonesa sufre un descenso en el marco de la crisis *subprime*; no obstante, este dato no opaca el propio desarrollo chino. En este sentido, podemos notar cómo la producción automotriz de China no cede ante la crisis y cómo, a pesar de la recuperación en el volumen de producción de las antecitadas economías norteamericana y asiática, la cantidad de unidades

producidas por éstas sólo logrará mejorar la propia performance, situándose muy lejos de la producción China.

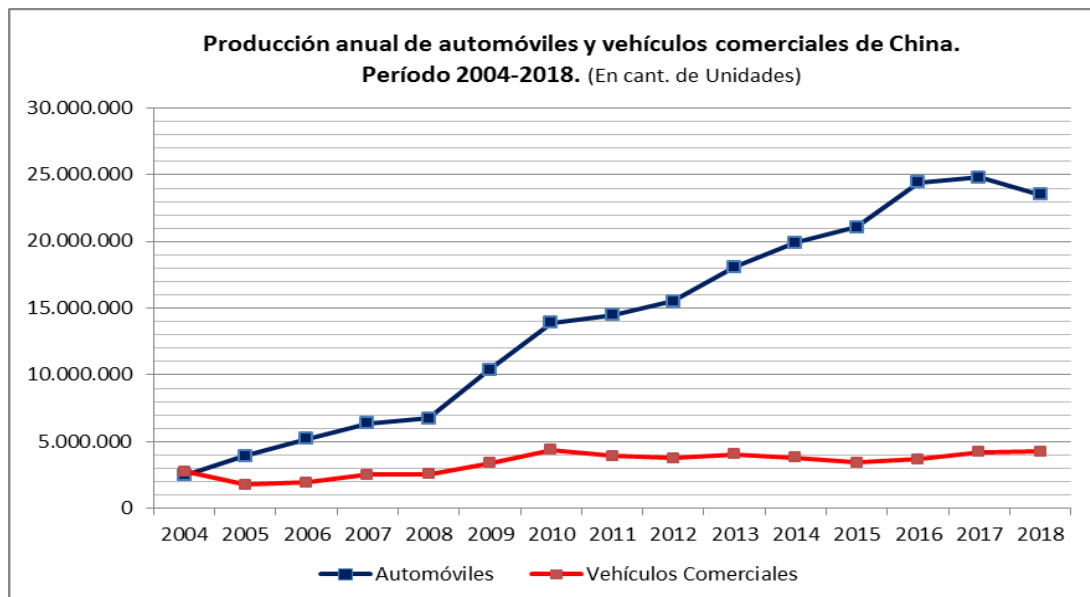
Gráfico 1: Producción anual de vehículos de los principales países fabricantes (En cantidad de Unidades)



Fuente: Elaboración propia con base en datos de International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2019)

Ahora bien, si profundizamos la mirada sobre la fabricación de vehículos de China, podemos ver que la gran expansión en la producción automotriz obedece a la fabricación de automóviles por sobre los vehículos comerciales (Gráfico 2). Particularmente, puede observarse un despegue de la producción de automóviles a partir del 2008, iniciando una tendencia alcista que sólo se moderará hacia el final del período. Este escenario se explica por el estímulo de la demanda interna generado por el gobierno en el contexto de la crisis. En este sentido, en el año 2008 se lanzó un programa de renovación de vehículos que consistía en cambiar aquellos antiguos o que no cumplieran con las normas de emisión por una suma de dinero que iba entre los 3.000 y 6.000 Renminbí; el plan se extendió hasta finales de 2010, pero para este último año el reintegro iba entre los 5.000 y 18.000 Renminbí. En el mismo tono, en 2009 -y también hasta finales de 2010- se redujeron a la mitad los impuestos a las ventas de vehículos pequeños -con motores iguales o menores a 1,6 litros-, y se subsidió la compra rural de camionetas y minivans. (Baker y Hyvonen, 2011)

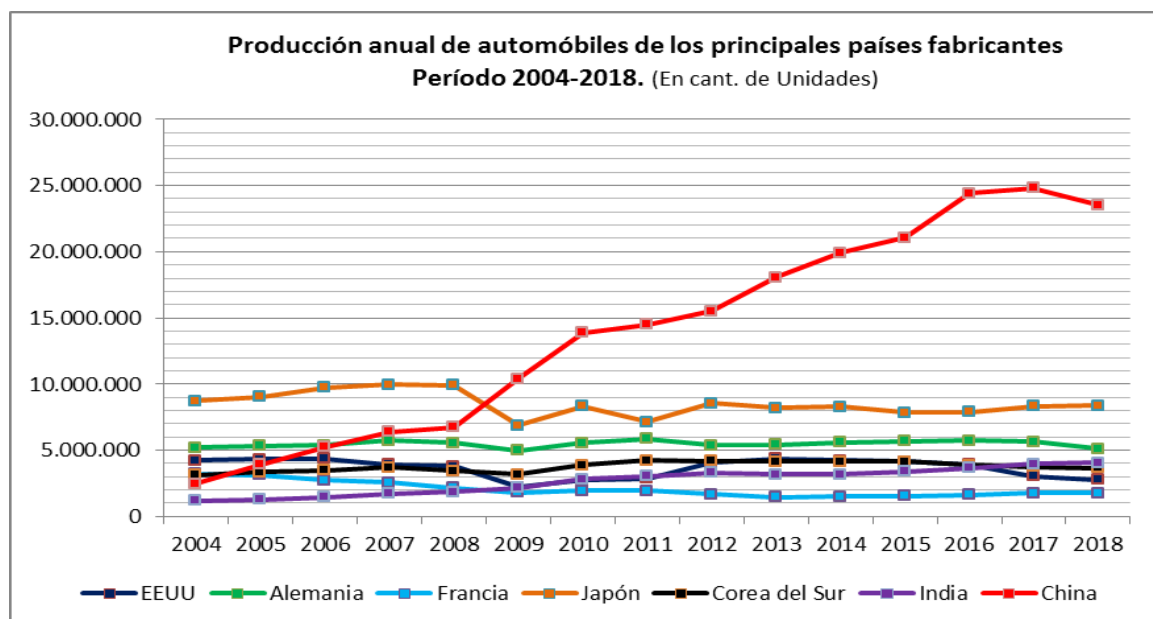
GRÁFICO 2 - Producción anual de automóviles y vehículos comerciales de china. (en cantidad de unidades)



Fuente: Elaboración propia con base en datos de International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2019)

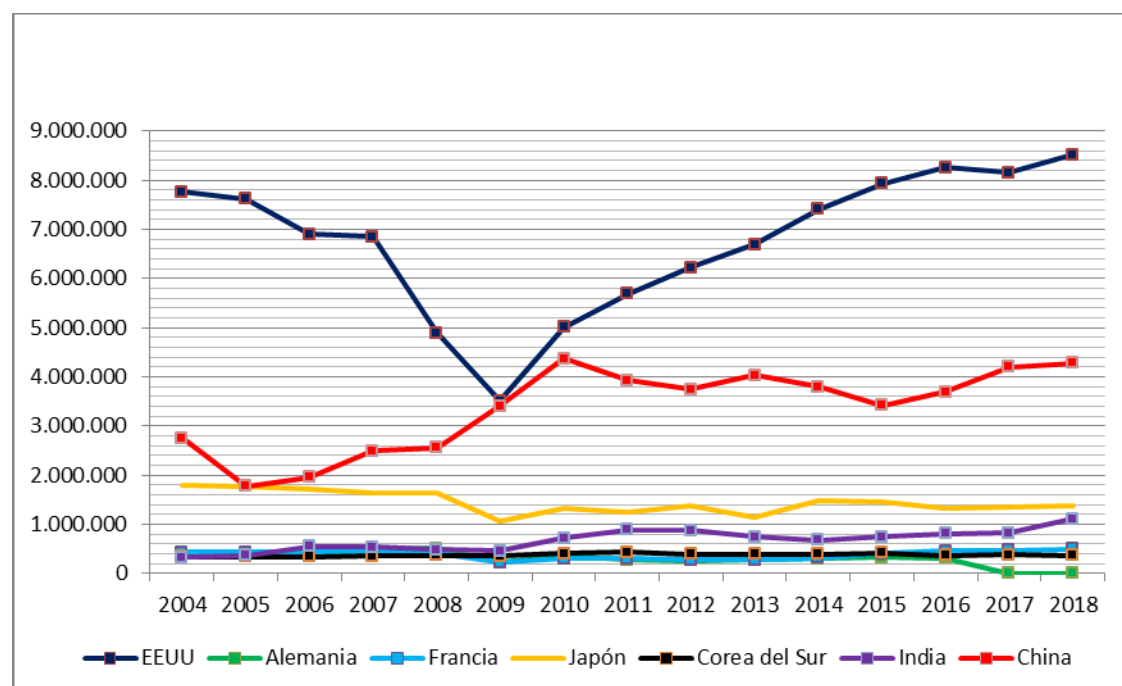
Si evaluamos la producción internacional discriminada entre automóviles y vehículos comerciales, podemos constatar que son los primeros los que catapultaron a China como líder mundial en la producción de vehículos desde 2009 mientras que Estados Unidos continúa liderando la producción de los comerciales, a pesar de haber sufrido una fuerte caída entre 2007 y 2008. En este rubro, la producción de China sigue lejos de la norteamericana, aunque ha superado ampliamente al resto de los países fabricantes. De manera contraria, el segmento de los autos presenta a una China muy por encima del resto de los países productores, seguida por Japón y Alemania. [Gráficos 3 y 4]

GRÁFICO 3 - Producción anual de automóviles de los principales países fabricantes (en cantidad de unidades)



Fuente: Elaboración propia con base en International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2019)

GRÁFICO 4: Producción anual de vehículos comerciales de los principales países fabricantes (en cantidad de unidades)



Fuente: Elaboración propia con base en International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2019)

En base a los gráficos anteriores (3 y 4), no podemos dejar de referirnos a la importancia que está cobrando Asia como centro mundial de la producción automotriz. En este sentido, se advierte que para el año 2018 se encuentran cuatro países asiáticos entre los primeros seis productores mundiales: China, a cuya dinámica estamos intentando aproximarnos en este artículo; Japón y Corea del Sur, con una vasta trayectoria en el desarrollo de vehículos afianzados en el mercado internacional con importantes marcas; y la India, cuyo silencioso crecimiento ha llevado a situarla entre los tradicionales productores automotrices, y que creemos debería ser objeto de un estudio pormenorizado.

Retomando el caso chino, en comparación con el desarrollo de otras economías, hay que decir que el crecimiento de la producción de vehículos en el contexto de crisis internacional obedece a que el país oriental dependía menos del mercado exterior que sus rivales, en tanto el principal mercado a satisfacer era el propio. Esta idea se puede constatar al observar las exportaciones de manera comparada con la producción. En este sentido, como se evidencia en la tabla siguiente [Tabla 2], si exceptuamos los años 2007 y 2008, las exportaciones de vehículos nunca superaron el 5 por ciento del total producido.⁷

⁷ Los datos necesarios para realizar la comparación fueron obtenidos de diferentes fuentes (Comtrade y la International Organization of Motor Vehicle Manufacturers), por lo que puede existir algún grado de inexactitud. No obstante, lo estipulado nos permite aproximarnos a la relación producción-exportación, no invalidando las conclusiones.

TABLA 2 - Producción y exportación de vehículos de China (en cantidad de unidades)

Años	Producción*	Exportaciones**	%
2004	5.234.496	124.527	2,38
2005	5.717.619	202.570	3,54
2006	7.188.708	291.731	4,06
2007	8.882.456	523.480	5,89
2008	9.299.180	582.583	6,26
2009	13.790.994	317.070	2,30
2010	18.264.761	491.387	2,69
2011	18.418.876	761.508	4,13
2012	19.271.808	908.862	4,72
2013	22.116.825	838.077	3,79
2014	23.731.600	787.021	3,32
2015	24.503.326	641.743	2,62
2016	28.118.794	649.192	2,31
2017	29.015.434	S/D	-
2018	27.809.196	S/D	-

Fuente: elaboración propia con base en datos de International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2019); Comtrade (2019).

*Automóviles y Vehículos comerciales.

**Vehículos para transporte de pasajeros y mercancías con capacidad para transportar a menos de 10 personas incluyendo el conductor. Se excluyen vehículos para viajar sobre la nieve, carros de golf y similares.

Ahora bien, si descomponemos las exportaciones de vehículos realizadas por China [Tabla 3], podemos notar cómo a partir del año 2004 las ventas hacia el exterior de vehículos para el transporte de personas comienzan a superar a las de vehículos para el transporte de mercancías, ampliándose la brecha desde el 2011 en adelante.

TABLA 3 - Exportaciones de vehículos a motor de china (en cantidad de unidades)

Años	Trasporte de personas*	% del Total	Trasporte de mercancías	% del Total	Total
1999	1.138	22,78	3.857	77,22	4.995
2000	3.599	33,66	7.093	66,34	10.692
2001	3.379	28,38	8.527	71,62	11.906
2002	2.269	17,74	10.520	82,26	12.789
2003	7.794	23,52	25.348	76,48	33.142
2004	73.374	58,92	51.153	41,08	124.527
2005	106.021	52,34	96.549	47,66	202.570
2006	136.603	46,82	155.128	53,18	291.731
2007	275.703	52,67	247.777	47,33	523.480

2008	324.681	55,73	257.902	44,27	582.583
2009	153.740	48,49	163.330	51,51	317.070
2010	282.414	57,47	208.973	42,53	491.387
2011	470.194	61,75	291.314	38,25	761.508
2012	587.741	64,67	321.121	35,33	908.862
2013	552.582	65,93	285.495	34,07	838.077
2014	490.562	62,33	296.459	37,67	787.021
2015	422.938	65,90	218.805	34,10	641.743
2016	463.288	71,36	185.904	28,64	649.192
2017	-	-	122.979	-	-

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Comtrade (2019).

* Vehículos con capacidad para transportar a menos de 10 personas incluyendo el conductor.
Se excluyen vehículos para viajar sobre la nieve, carros de golf y similares.

Como hemos visto, el factor fundamental para el desarrollo de la industria automotriz china ha sido el consumo nacional. En esta línea, las políticas de estímulo para la compra de automóviles lanzadas por el gobierno en 2008 se vieron acompañadas de un proceso de reducción de la pobreza y crecimiento de los sectores medios, fenómenos que se sitúan en el camino de la consecución del “Sueño Chino” a partir de la construcción de una “sociedad moderadamente próspera” en todos los aspectos para 2021.⁸ De este modo, el consumo privado de automóviles viene a contribuir de dos maneras: estimula por una parte el desarrollo de la industria automotriz, la cual a su vez actúa como fuerza dinamizadora de la economía. Por otro lado, incrementa el estándar de vida de los ciudadanos chinos; en este sentido, el 13º Plan Quinquenal (2016-2020) proyectaba promover el consumo de calidad de la población china incentivando el gasto en viviendas y automóviles (CCCPCh, 2016).

De acuerdo a estimaciones del Banco Mundial, es de esperar que este proceso de ampliación de la “clase media china” continúe su marcha (al menos hasta 2030), incrementando la demanda de bienes (Bussolo, *et al.*, 2007, pp. 21-24).⁹ En esta sintonía, el proceso de expansión de la clase media china redunda en un cambio cualitativo y cuantitativo en la demanda de bienes y, para el caso que nos compete, esto significa un aumento en la cantidad y demanda de automóviles de mejor calidad.

En relación a la calidad de los vehículos, el factor clave a desarrollar es el componente tecnológico. En este sentido, las grandes EPE accedieron tempranamente a la tecnología mediante su alianza con las

⁸ El 29 de diciembre de 2012, durante la visita a una exposición del Museo Nacional de China, Xi Jinping proclamaba la idea del “Sueño Chino de Rejuvenecimiento Nacional”. Con motivo de desarrollar la idea, afirmó que los objetivos eran conseguir una sociedad moderadamente próspera en todos los aspectos para 2021, cuando el Partido Comunista de China (PCCh) celebre su centenario; y construir a China como un país socialista próspero, fuerte, democrático, culturalmente avanzado y armonioso para 2049, cuando la República Popular China marque su centenario (Santillán, 2017, pp. 193-194).

⁹ De acuerdo al Banco Mundial, mientras en el año 2000 sólo el 13,5 por ciento de la clase media mundial eran ciudadanos chinos, se estima que para el año 2030 ese porcentaje se incremente hasta el 38 por ciento (Bussolo *et al.*, 2007, pp. 20-21).

firmas líderes a nivel mundial y la conformación de JV, mientras los “jóvenes tigres” permanecieron al margen de esa posibilidad. En esta línea, estos últimos se concentraron en la producción de autos baratos y de baja gama, siendo generalmente el “primer auto” al que acceden muchos ciudadanos chinos (Luo, et al., 2006, p. 38). Los “jóvenes tigres” también han explotado el segmento de los autos baratos en el exterior, siendo estas firmas las principales exportadoras de automóviles chinos.¹⁰ Por su parte, las grandes EPE cuentan con el desinterés de las empresas extranjeras para exportar, debido a que muchas de ellas ya se encuentran instaladas en terceros mercados (McCaleb, 2015, p. 168).

Por lo expuesto, y en coincidencia con otros autores (Shaker, 2010; McCaleb, 2015; Amighini, 2018), creemos que uno de los principales factores que impulsan a las empresas chinas a invertir en el extranjero es la necesidad de acceder a nuevas tecnologías. En esta línea, no es de extrañar que las compañías que encabezan la expansión hacia el extranjero sean los “tigres jóvenes”, que no pudieron acceder a la tecnología mediante JV. De las inversiones extranjeras de las automotrices chinas nos ocuparemos a continuación.

Go global automotriz

En el año 2001 Jiang Zemin lanzó la “*Go Global Strategy*”, un plan que consistía en estimular las inversiones de las empresas chinas en el extranjero. Esta política ha sido continuada en el tiempo por los diferentes líderes que se han sucedido, avanzando a través de diferentes etapas.¹¹ En este marco, las automotrices se sumaron a la dinámica del *Go Global* tardíamente, coincidiendo con la tercera etapa del programa.

El inicio de la expansión hacia el exterior de las automotrices chinas puede situarse a finales del año 2009, cuando se realizaron las primeras tres operaciones por valores significativos (inversiones que superaron los 100 millones de dólares); a partir de allí, y hasta la fecha, pueden contabilizarse 35 operaciones de inversión en el extranjero por un valor aproximado de 25.450 millones de dólares, ejecutados tanto por firmas estatales como privadas.¹²

¹⁰En este punto, debemos señalar que, si bien una estrategia extendida de las automotrices chinas para penetrar en terceros mercados ha sido focalizarse en el segmento de autos baratos, en algunos países –como en Brasil– estas compañías han avanzado en la venta de automóviles de calidad superior y mayor valor de venta. (Resiale Viano, 2019, p. 27)

¹¹ En la primera etapa (*Go Global 1.0*), muchas empresas chinas comenzaron a establecer redes de ventas en el extranjero, dedicándose la mayoría de ellas al comercio internacional; en la segunda (*Go Global 2.0*), las EPE comienzan a invertir en sectores estratégicos, (como el petrolero y el gasífero) y en proyectos de infraestructura; en la tercera etapa (*Go Global 3.0*), las empresas privadas se suman al proceso, participando principalmente en el sector secundario de la economía y, finalmente, en la cuarta etapa (*Go Global 4.0*) se pretende reforzar la participación de las empresas privadas en diferentes sectores, y mejorar sus posiciones en las cadenas globales de valor. (SCPRC, 2016)

¹² Respecto a las inversiones, en este estudio trabajamos con la información proporcionada por el American Enterprise Institute (AEI) mediante su informe “China Global Investment Tracker”, que considera sólo a aquellas

TABLA 4 - Inversión extranjera directa china en el sector automotriz

Año	Inversor	Valor*	Partic.	Parte interviniente en la transacción	País
2009	Great Wall	120		Litex Motors	Bulgaria
	BAIC	200		Saab US	Estados Unidos
	SAIC	350	50%	GM India	India
2010	Geely	2.700		Volvo	Suecia
	Chery	400			Brasil
	SAIC	500	1%	GM	Estados Unidos
2011	Chery	200	100%		Venezuela
	BAIC	270	100%	Inalfa Roof Systems	Holanda
	Chery	170		Socma	Argentina
	JAC Motors	100	20%	SHC	Brasil
2012	Chery	120			Turquía
	BAIC	300			Brasil
	SAIC	150	51%	CP Group	Tailandia
2013	Geely	150	100%	Manganese Bronze	Gran Bretaña
	Dongfeng	1.100	14%	Pugeot	Francia
2014	Geely	200	100%	Emerald Automotive	Gran Bretaña
	Lifan	290	100%		Rusia
	BAIC	300	100%		India
2015	Geely	370	100%		Gran Bretaña
	SAIC	280	49%	Weststar Maxus	Malasia
	Geely	500	100%		Estados Unidos
	Great Wall	490			Rusia
	Geely	110	33%	BELGEE Plant	Bielorrusia
	BAIC	480		Borgward	Alemania
2016	BAIC	770			Sudáfrica
	BAIC	520	65%	Industrial Development Co	Sudáfrica
2017	JAC Motors	110		Giant Motors	México
	BYD	100	100%		Argentina
	Geely	110	50%	Proton	Malasia
	Geely	600			Estados Unidos
	Geely	3.270	8%	Volvo Trucks	Suecia
2018	Geely	9.030	10%	Daimler	Alemania
	BAIC	710		Borgward	Alemania
	BYD	100	50%	Generate Capital	Estados Unidos
2019	Geely	280	50%		Francia

Fuente: Elaboración propia con base en datos de AEI (2019).

*En millones de US\$

En este sentido, en el mes de noviembre de 2009 la firma privada Great Wall Motors (GWM) firmó un acuerdo con la empresa búlgara Litex Motors para construir una planta de ensamblaje de automóviles en Bahovitsa, a 150 kilómetros de Sofía. La planta produjo el primer vehículo “preserie” en 2011 y fue oficialmente inaugurada en 2012, constituyéndose en la primera fábrica automotriz china construida en

inversiones iguales o superiores a los cien millones de dólares. Sólo hemos trabajado con las inversiones realizadas por las empresas automotrices chinas productoras de vehículos de pasajeros.

Europa (Aldama, 2012). El plan consistía en que Litex ensamblara en Bulgaria autos de la marca GWM a partir del envío de los componentes desde China, vendiendo dentro del propio país y en el resto de Europa. Sin embargo, en el año 2017 la firma búlgara inició el procedimiento de liquidación de la compañía. De esta manera, el proyecto de ensamblar autos chinos usando a Bulgaria como plataforma de exportación hacia el mercado europeo terminó fracasando; por una parte, porque el mercado búlgaro es pequeño –aproximadamente 30.000 autos son comprados y vendidos por año, siendo en su mayoría de segunda mano–; por otro lado, porque el mercado automotriz europeo es altamente competitivo y los nuevos vehículos no lograron ganarse un espacio en el mismo (Subev, 2017).

Las restantes dos operaciones durante 2009 fueron concretadas por EPEs. En este sentido, BAIC compró activos que General Motors poseía en la compañía sueca Saab Automobile, entre los que se encontraban la propiedad intelectual sobre la tecnología de los motores y de las herramientas necesarias para producir los modelos 9-3 y 9-5 de Saab (El País, 2009). Si bien las plataformas para producir esos modelos eran consideradas antiguas de acuerdo a los avances tecnológicos del momento, BAIC podía acceder a las tecnologías de motor turboalimentado y caja de cambios para producir autos destinados al mercado chino. De esta manera, y tal como lo expresaba la propia firma china, obtenía tecnología para aplicar a la producción de vehículos con su propia marca (Li y Leyton Espinoza, 2009). Saab finalmente fue vendida a la firma holandesa Spyker, cuyos CEOs definían como una “buena noticia” la venta de ciertos activos a BAIC porque consideraban que se correspondía con tecnología anticuada (Fang y Klamann, 2009). Esta inversión evidencia la intención de la firma china de abrirse espacio en el mercado local de manera independiente de las firmas internacionales, a través de una marca propia; no obstante, la falta de esa marca propia era una característica de las grandes EPE que conformaron JV.

La segunda operación de las EPE fue realizada por SAIC, y consistió en la formación de General Motors SAIC Investment Limited (GMSI), una empresa conjunta entre la firma china y General Motors. La nueva JV, con sede en Hong Kong, se haría cargo de los activos indios de General Motors y pretendía fabricar y vender minivans, camiones y autos pequeños para aprovechar la demanda de vehículos de bajo costo en la India (China Daily, 17 de octubre de 2009 y 4 de diciembre de 2009). De acuerdo a Hu Maoyuan, presidente de SAIC, el objetivo de GMSI era aprovechar los activos individuales de cada compañía así como los de las empresas conjuntas en China, y obtener una posición sólida para introducir productos competitivos en el exterior que pudieran satisfacer las necesidades de los consumidores en la India y en otros mercados globales. En el mismo tono, Nick Reilly, Vicepresidente Ejecutivo y Presidente de Operaciones Internacionales de GM, señalaba que ambas compañías sintieron que era el momento adecuado para profundizar la cooperación más allá de las fronteras de China en orden a mejorar la asociación como parte de las estrategias de crecimiento a largo plazo de cada compañía individual (GM, 2009).

Estas tres primeras operaciones constituyen una muestra de las intenciones de las automotrices chinas a la hora de invertir en el extranjero: acceso a mercados y obtención de tecnología. No obstante, como veremos en adelante, la necesidad de acceder a tecnología primó en las decisiones de inversión en el extranjero, y éstas han sido ejecutadas en su mayoría –de acuerdo a los volúmenes de las inversiones– por firmas privadas.

Hasta la fecha son nueve las principales automotrices que se han insertado en la dinámica del *Go Global*, entre firmas privadas y estatales. Desde el año 2009 fueron las EPE las que tomaron la iniciativa de expandirse hacia el exterior, disminuyendo su protagonismo a partir del año 2013; en ese período (2009-2013) se concretaron 11 de las 19 transacciones realizadas. De manera inversa, las inversiones exteriores de las automotrices privadas cobraron impulso a partir del 2013; en este sentido, en el período 2013-2019 se ejecutaron 14 de las 16 operaciones realizadas desde el año 2009. [Figura 9]

Más allá de la cantidad de operaciones realizadas, los volúmenes de las inversiones han sido muy desiguales; por una parte, las inversiones de las empresas privadas suman 18.420 millones de dólares (72 por ciento del total), distribuidas entre 4 firmas: Geely, Great Wall, Lifan y BYD; por otro lado, las inversiones estatales han sido marcadamente inferiores, alcanzando 7.030 millones de dólares (28 por ciento del total), distribuidos entre 5 empresas: BAIC, SAIC, DongFeng, Chery y JAC. [Tabla 5]

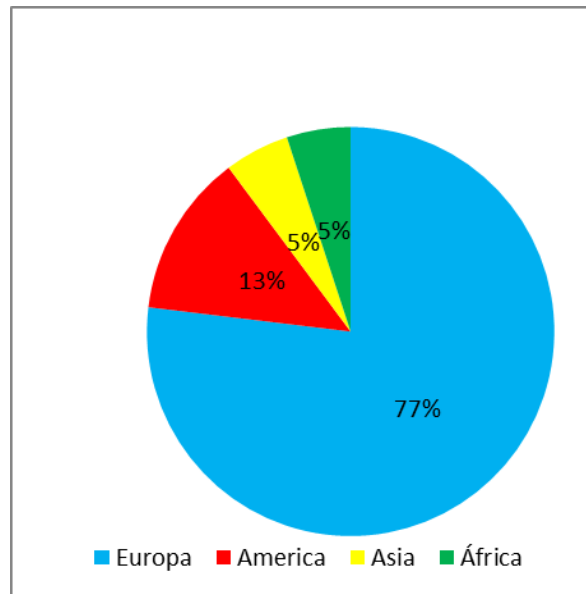
TABLA 5 - Inversión extranjera directa de empresas automotrices chinas en el sector automotriz. Período 2005-2019.

Empresas	Inversiones*	Operaciones
Geely	17.320	11
Great Wall	610	2
Lifan	290	1
BYD	200	2
Total Privadas	18.420	16
BAIC	3.550	8
SAIC	1.280	4
Dong Feng	1.100	1
Chery	890	4
JAC	210	2
Total Estatales	7.030	19
Total	25.450	35

Fuente: Elaboración propia con base en datos de AEI (2019).

En cuanto a la distribución geográfica de esas inversiones, podemos notar que se han dirigido principalmente hacia Europa (77 por ciento), América (13 por ciento); hacia Estados Unidos (8 por ciento) y hacia América Latina (5 por ciento,) Asia (5 por ciento) y África (5 por ciento). [Gráfico 5]

GRÁFICO 5 -Distribución geográfica de la inversión extranjera directa china en el sector automotriz. Período 2005-2019



Fuente: Elaboración propia con base en datos de AEI (2019).

Esta distribución ha sido orientada de acuerdo a los intereses de las firmas chinas en el extranjero: acceso a tecnología e ingreso a nuevos mercados.

Si comenzamos por considerar las regiones donde el volumen invertido ha sido menor, debemos decir que el propósito que orientó esas inversiones ha sido el acceder a mercados nacionales en crecimiento y, al mismo tiempo, utilizar esa economía como puerta de acceso al mercado regional y/o continental. En este sentido, algunos países como la India, Malasia, Turquía, y Sudáfrica poseen un mercado automotriz que aún está lejos de ser maduro y, por lo tanto, las empresas chinas pueden competir a partir de la venta de vehículos baratos para clientes poco exigentes.

En esta línea, podemos considerar el caso de las inversiones de BAIC en Sudáfrica: en el año 2016 la compañía china conformó una empresa conjunta con la estatal sudafricana Industrial Development Corp. para ensamblar automóviles y camiones; el objetivo en un primer momento era satisfacer la demanda del mercado sudafricano pero, a futuro, se pretendía abastecer a otras economías del continente (Zhong, 2018). En esta línea, Xu Heyi, presidente de BAIC International, expresaba que: "Sudáfrica es solo el país de entrada hacia el continente africano" (Cokayne, 2018).

En sintonía con las inversiones africanas podemos considerar las realizadas en Malasia y Turquía. En el primer caso, se trata de la participación del 50 por ciento adquirido por Geely en Proton, una compañía automotriz malaya (Geely, s/d). La producción de vehículos a través de Proton no tiene sólo por finalidad abastecer al mercado interno de Malasia, sino también tratar de vender en Indonesia, India y Australia; incluso, se estudiaba la factibilidad de vender a la propia China. De esta manera, Geely podría cubrir todo el espectro del mercado automotriz chino, con Volvo como una marca premium, Geely para el mercado medio, y Proton como una marca más barata (Shirouzu, 2018). En el caso turco, el plan de inversión de Chery también contemplaba el establecimiento de una fábrica de motores y una planta ensambladora de vehículos para abastecer al propio mercado (Hürriyet Daily News, 2012) y, además, utilizar a Turquía como vía de acceso al mercado europeo (López Aranguena, 2010). A estos ejemplos deberíamos añadir el caso de la India que ya tratamos arriba cuando mencionamos la creación de una empresa conjunta, GMSI, entre General Motors y SAIC.

Por lo expuesto, puede notarse que la mayoría de las inversiones con destino africano o asiático tiene por finalidad la constitución de plantas ensambladoras de vehículos para satisfacer la demanda interna del propio país e intentar, desde allí, vender a la región.

En cuanto a las inversiones en Latinoamérica se puede decir que el principio orientador también ha sido la búsqueda de nuevos mercados, sobre todo en países populosos como Brasil y México; no obstante, la mayoría de las inversiones se realizaron de manera conjunta con firmas locales que poseen conocimiento del mercado nacional.

En Brasil, Chery invirtió 400 millones de dólares para la construcción de una fábrica en Jacareí, que comenzó a funcionar en 2014; sin embargo, en 2017 Chery vendió el 50 por ciento de la empresa brasilera al Grupo Caa, conformando así Caa-Chery. De acuerdo a lo expresado por Luis Curi, vicepresidente de Chery Brasil, la firma china pretendía ya desde la apertura de la fábrica relacionarse con un socio local fuerte, especialmente en el área de distribución (Ríos, 2011; O Globo, 2017; Folha de S. Paulo, 2017). Por su parte, JAC Motors invirtió en Brasil para trabajar en conjunto con el Grupo SHC, dedicado a la importación de autos y representante de la marca JAC en dicho país. Ambos anunciaron en 2011 la construcción de una fábrica para producir vehículos JAC, pero la planta no se concretó hasta el momento (Resende, 2011). En el mismo sentido, en 2017 JAC Motors también intervino en México a través de su asociación con Giant Motors para la construcción de una fábrica en la ciudad de Sahagún (estado de Hidalgo), para producir y vender vehículos marca JAC en el país norteamericano (Cantera, 2017; Fariza, 2017).

En Argentina las inversiones arribaron de la mano de Chery y BYD. Las primeras estuvieron ligadas al grupo local Socma, que actuaba como representante de la marca china y vendía al mercado argentino vehículos fabricados en Uruguay (Himitian, 2008); sin embargo, las dificultades para exportar hacia la

Argentina determinaron que la planta uruguaya de ensamblaje cerrara en 2015 (Chery Argentina, 2015). Recientemente, BYD recibió autorización del gobierno argentino para construir una nueva terminal automotriz para producir autobuses eléctricos en sociedad con la firma local CTS, la cual será construida en la provincia de Buenos Aires en el parque industrial Ruta 6 –para octubre de 2018 sólo se contaba con algunos avances en las obras (Ámbito Financiero, 2017; La Voz del Interior, 2017; Naishtat, 2018).

Finalmente, quedan por tratar las inversiones en Europa que, como quedó clarificado en el gráfico anterior [5], reúne el mayor volumen de la IED realizada por las automotrices chinas.

En este sentido, es conveniente establecer una diferencia entre un grupo de países europeos que poseen una larga tradición en la fabricación de vehículos y cuentan con una importante presencia de las automotrices líderes a nivel mundial (Suecia, Francia, Alemania) y otro grupo de países que no reúnen esas condiciones (Bulgaria, Bielorrusia).

En cuanto a las inversiones en países de Europa del Este, el objetivo es establecer plantas de producción y desde allí acceder a la totalidad del mercado europeo; en este punto, el caso de las inversiones de Great Wall en Bulgaria citado anteriormente es ejemplo de ello. Pero también podemos añadir el caso de Geely en Bielorrusia: allí la firma china estableció en el año 2015 junto a Belaz –una de las compañías fabricantes de maquinaria minera más grandes del mundo- y SOYUZ –fabricante nacional de repuestos- una empresa conjunta en la ciudad de Borisov, BelGee, cuyo objetivo era ensamblar autos para ser vendidos en el mismo mercado bielorruso y para exportar hacia Rusia y Ucrania. De este modo, BeelGee se constituyó como la primera ensambladora de autos en ese país, en tanto hasta ese momento sólo se producían vehículos agrícolas y mecánicos. La importancia de dicho proyecto de inversión, enmarcado en la *Belt and Road Initiative*, puede constatarse con la presencia del presidente de Bielorrusia, Alexander Lukashenko, y del embajador de China en aquel país, Cui Qiming, en la ceremonia de presentación del “Geely Atlas”, el primer vehículo ensamblado que rodaba fuera de las cadenas de montaje (Geely Auto Group, 2017; Li, 2019). La presencia del embajador Cui en dicho acontecimiento también ilustra ese cambio de perspectiva del gobierno central de China respecto a la importancia del desarrollo de las automotrices privadas que mencionamos anteriormente.

Las inversiones de mayor cuantía han sido dirigidas hacia países que se caracterizan por tener una larga trayectoria en la producción de vehículos con el fin de obtener tecnología; este caso es completamente diferente a los anteriores, en donde las inversiones arribaban pretendiendo ganar espacio en los mercados locales y regionales. Además, se puede entender el sustancioso monto de las inversiones hacia estos países si consideramos el valor que poseen ciertos activos intangibles (marcas, licencias, patentes, entre otros), los cuales permiten a las empresas ganar competitividad.

En estos países de Europa se destaca la participación de Geely, que además ha sido la compañía más activa en el extranjero, al concretar 11 operaciones de inversión.¹³ Una de sus primeras intervenciones en el extranjero fue muy resonante a nivel mundial, y provocó que el “mundo occidental” comenzara a mirar de cerca a la industria automotriz china: en el año 2010 Geely adquirió la sección autos de Volvo que pertenecía a Ford, y este último se comprometió a continuar suministrando motores a la firma pero ya sin tener participación en la misma (El País, 2010). En sintonía con el camino de desarrollo seguido por la propia Geely, que integró personal de reconocida trayectoria para que aportara su experiencia y conocimientos, se contrató como presidente y director ejecutivo de Volvo a Stefan Jacoby, quien había sido jefe de Volkswagen en Estados Unidos (Volkswagen of America) desde el año 2007 (Nicholson, 2010). La compra de Volvo se convertía así en un paso más para el fortalecimiento de la empresa china, tal como lo expresaba el presidente de la compañía Li Shufu: “hemos cumplido nuestro sueño de adquirir Volvo, pero ese no es el final de nuestro plan; es solo el punto de partida” (Fang y Leung, 2010).

La adquisición de Volvo significaba para Geely el primer gran paso para crecer en la escala tecnológica. En este sentido, la infraestructura clave para facilitar la cooperación entre Geely y Volvo fue la creación en 2013 de China Euro Vehicle Technology (CEVT), un centro de investigación y desarrollo subsidiario de Geely ubicado en Goteburg.¹⁴ La financiación para el desarrollo de CEVT provenía de Geely –que poseía los derechos de propiedad intelectual-, pero los conocimientos eran aportados por la experiencia de Volvo en tecnología y seguridad; además, la propia localización de la planta tiene sus ventajas, ya que cuenta con la histórica presencia de Volvo en la ciudad, estrecha relación con activos industriales como Volvo Technology, Volvo Informations Technology y con las universidades de Goteburg y Chalmers. (Yakov *et al.*, 2019, p. 65) De esta manera, podemos ver los claros intereses de la compañía china en adquirir activos ligados al desarrollo tecnológico; en este sentido, además de las operaciones escandinavas, CEVT China envía a su personal a trabajar durante tres meses a dos años en CEVT Suecia, para que mejoren su formación y ganen experiencia que luego deberán trasladar a la planta china.

¹³ La trayectoria de Geely como empresa automotriz ilustra en gran medida el proceso de desarrollo seguido por las automotrices privadas en China. En este sentido, Geely fue una de las compañías que se reconvirtieron en la década de 1990, dejando de fabricar motos y comenzando a producir automóviles; en esta línea, fue el primer fabricante privado autorizado a producir y vender autos en China en 1997. Con sede en la provincia de Zhejiang, región en donde estaba radicada la mayor parte de los proveedores de las automotrices chinas, contó tempranamente con la posibilidad de fabricar autos baratos; primeramente imitó algunos modelos, pero luego comenzó a atraer ingenieros y gerentes experimentados de empresas estatales y de las JV internacionales para dar forma a su propia marca. En este sentido, lanzó el slogan “*To make chinese cars*”, para diferenciarse de los autos producidos por las JV y como estrategia para ganar espacio en el mercado local. (Luo, et al., 2006, p. 35)

¹⁴ El objetivo de la empresa era desarrollar una plataforma modular de última generación, la Compact Modular Architecture (CMA), que permitiera el desarrollo de la nueva generación de vehículos del segmento C de Volvo y Geely -comparable al Ford Focus o Audi A3- (Yakov, et al., 2019, p. 66). Las plataformas modulares permiten que las marcas puedan desarrollar nuevos modelos de autos partiendo de una sola base, lo que permite ahorrar tiempo y nuevos gastos.

En el año 2017 Geely pagó 3.270 millones de dólares por el 8,2 por ciento de AB Volvo, que estaba en manos de Cevian Capital, una firma de inversión sueca; de este modo, Geely conquistaba participación en el segundo fabricante de camiones a nivel mundial (Fontdeglòria, 2017; Hellstrom, 2017). Así, y recordando las palabras del presidente de Geely, la compañía china daba un nuevo paso al sumar participación en el segmento de camiones, luego de iniciar su incursión sueca en el segmento de los autos.

A la “experiencia sueca”, Geely agregó unos meses después la “experiencia alemana”. En este sentido, a principios de 2018 adquirió el 10 por ciento de Daimler por 9.030 millones de dólares. Dicha operación generó malestar en Alemania; la ministra de Economía del país teutón declaró que deberían estar atentos, ya que si bien Alemania está abierta a las inversiones, no debería ser utilizada para favorecer los intereses de las políticas industriales de otros países (BBC, 2018; Reuters, 2018). Esta operación de Geely, por una parte, se enmarca en la misma dinámica que las inversiones anteriores, que es la de adquirir tecnología para aplicar a los vehículos actuales pero, por otra parte, la inversión fue realizada con una mirada hacia el futuro, con el factor tecnológico también de por medio, pero aplicado para el desarrollo de vehículos eléctricos. En esta línea, recientemente Daimler anunció la formación de una empresa conjunta con Geely que estaría lista para finales de 2019; el objetivo de la nueva empresa es el de desarrollar un nuevo modelo de vehículos Smart eléctricos, que se fabricarían en China y estarían a la venta para 2022 (Daimler, s/d). La asociación Geely-Daimler no sólo está enfocada en el desarrollo de autos eléctricos, sino también para fortalecerse en este segmento ante la avanzada de Uber y Google (Taylor y Shirouzu, 2019). De este modo, podemos hipotetizar que las automotrices chinas han decidido dejar de lado la carrera tecnológica referida a los autos tradicionales, en la que se ubican por detrás de las firmas internacionales, para pasar a estar a la vanguardia en el desarrollo de los autos eléctricos.

Las inversiones de las automotrices chinas no refieren sólo a la intención del desarrollo conjunto de autos eléctricos, sino también a ganar participación y establecer marcas en terceros mercados en ese segmento. Un ejemplo reciente de esto es la formación de una empresa conjunta entre la china BYD y la estadounidense Generate Capital. El objetivo de la nueva firma consiste en generar un programa de leasing de autobuses eléctricos -proporcionados por BYD- para clientes privados, municipalidades y universidades de Estados Unidos. El país norteamericano tiene alrededor de 300 autobuses eléctricos en el país, dos tercios de los cuales son fabricados por BYD (BYD, 2018). La evolución de la presencia de la BYD en Estados Unidos deberá ser seguida de cerca en el contexto del conflicto tecnológico sino-estadounidense, bajo el cual ya han sufrido sus consecuencias algunas empresas ligadas al desarrollo tecnológico como Huawei.

Un nuevo y último ejemplo que podemos aportar respecto al interés por establecer marcas en el sector de los autos eléctricos es el impulso que recibió la antigua y afamada firma alemana Borgward tras la inyección de capitales realizada por BAIC. En este sentido, después de caer en desgracia hace más de 50

años, la firma comenzó a producir vehículos nuevamente, el utilitario BX7, y planea vender el mismo modelo en su versión eléctrica desde 2019, para lo cual se planea la construcción de una nueva planta en Bremen (Xinhua, 2018).

El desarrollo de autos eléctricos en China es un tema que está en desarrollo y que debe seguirse de cerca; por una parte, porque es el “gran tema” en el futuro de la industria automotriz; por otro lado, porque la RPC no tiene sólo un interés económico sino también ecológico, con el fin de reducir la polución en las ciudades y mejorar la calidad de vida de la población.

Consideraciones finales

A lo largo de este trabajo hemos mostrado que entre los años 2004 y 2009 asistimos a una etapa de consolidación de la industria automotriz china, hecho que puede constatarse al revisar el nivel de la producción y venta de automóviles. Este crecimiento de la producción de vehículos obedeció a la demanda del mercado interno, mientras las exportaciones se mantuvieron en un muy bajo nivel respecto a las ventas en el interior del país. Sin embargo, si tenemos en cuenta la venta de autos al exterior en sí misma, podemos notar que las exportaciones de vehículos tuvieron un salto cuantitativo en 2004; en este sentido, consideramos que estas exportaciones constituyen el primer paso para introducirse en nuevos mercados antes de avanzar hacia la realización de IED en el sector automotriz de terceros países. Además, hemos constatado que se ha modificado el perfil exportador de vehículos durante el período estudiado; de este modo, China pasó de exportar vehículos para transporte de mercancías a automóviles.

Las inversiones comenzaron a afluir hacia el exterior a partir de 2009, abriendo la etapa que hemos denominado “expansión hacia el exterior” de la industria automotriz china. En este sentido, existió una primera expansión de las firmas estatales seguida luego por las compañías privadas. El acceso a nuevas tecnologías primordialmente, y el acceso a nuevos mercados en segundo lugar, son los principales factores que han impulsado a las empresas automotrices chinas a internacionalizarse; no obstante, la necesidad de tecnología parece ser el principal motivo de las compañías privadas y EPE que no conformaron JV, teniendo en cuenta que las EPE que sí conformaron empresas conjuntas con compañías extranjeras accedieron a través de ellas a ciertos niveles de tecnología y *know how*.

Para finalizar, y mirando hacia el futuro, creemos que deben seguirse de cerca los desarrollos de China en torno a los autos eléctricos, un segmento que, por una parte, pone en tensión a las cadenas de valor conformadas regionalmente en torno a la producción de vehículos tradicionales; por otro lado, este proceso se encuentra íntimamente relacionado con la capacidad de innovación y desarrollo tecnológico, ámbito que ha generado nuevos roces y ha librado una nueva carrera por el desarrollo entre diferentes países. En este sentido, la industria automotriz china se ha volcado de lleno hacia la investigación y desarrollo de los automóviles eléctricos con el fin de estar a la vanguardia en este segmento, dejando en

Referencias bibliográficas y fuentes

- 178

Cantera, S. (1 de febrero de 2017). Giant Motors e Inbursa fabricarán autos chinos en México. *El Universal*. En: <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/negocios/2017/02/1/giant-motors-e-inbursa-fabricaran-autos-chinos-en-mexico> (acceso último el 10/08/2019)

Caoa compra 50% da Chery no Brasil e anuncia investimento de R\$ 6,5 bi (11 de noviembre de 2017). Folha de S. Paulo. En: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/11/1934723-caoa-chery-vai-investir-ate-r-65-bilhoes-no-brasil-nos-proximos-5-anos.shtml> (acceso último el 10/08/2019).

Caoa investirá R\$ 6 bilhões para tornar Chery conhecida no Brasil (2 de noviembre de 2017). *O Globo*. En: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2017/11/caoa-investira-r-6-bilhoes-para-tornar-chery-conhecida-no-brasil.html> (acceso último el 10/08/2019).

Central Committee of the Communist Party of China (CCCCPCh) (2016). *The 13th Five-year Plan for economic and social development of the People's Republic of China (2016–2020)*, Central Compilation & Translation Press.

Chery cars plans to invest \$500 million in Turkey (9 de mayo de 2012). *Hürriyet Daily News*. En: <http://www.hurriyetdailynews.com/chery-cars-plans-to-invest-500-million-in-turkey-20291> (acceso último el 10/08/2019).

Chery-Socma cerró su planta en Uruguay (16 de noviembre de 2015) Chery Argentina. En: <https://www.cheryargentina.com/2015/12/chery-socma-cerro-su-planta-en-uruguay/> (acceso último el 10/08/2019).

China International Auto Products Expo (2016). *China: Plan on the Revitalization and Restructuring of Autom.* En: <http://www.ciape.cn/en/news/xingyexinwen/138.html> (acceso último el 16/08/2019).

China's Geely completes deal to buy AB Volvo stake (18 de junio de 2018). *Reuters*. En: <https://www.reuters.com/article/us-geely-ab-volvo-purchase/chinas-geely-completes-deal-to-buy-ab-volvo-stake-idUSKBN1JE1WA> (acceso último el 10/08/2019)

Cokayne, R. (26 de julio de 2018). BAIC's R11 billion vehicle plant part of its global expansion. *Business Report*. En: <https://www.iol.co.za/business-report/companies/baics-r11-billion-vehicle-plant-part-of-its-global-expansion-16243109> (acceso último el 10/08/2019).

COMTRADE (2019). *UN Comtrade Database*. En: <https://comtrade.un.org/> (acceso último el 16/08/2019).

Daimler (s/d). *Joint Venture with Geely. Daimler and Geely Holding form global joint venture to develop smart.* En: <https://www.daimler.com/company/joint-venture-with-geely.html> (acceso último el 10/08/2019).

Esparza Alba, Z. (2008). China, el nuevo gigante automotriz. *Análisis*, 11(33), pp. 57-71.

Fang, Y. y Klamann, E. (14 de diciembre de 2009). China's BAIC buys Saab assets; Spyker still in talks. *Reuters*. En: <https://www.reuters.com/article/us-saab-baic/chinas-baic-buys-saab-assets-spyker-still-in-talks-idUSTRE5BC0I220091214> (acceso último el 10/08/2019).

Fang, Y. y Leung, A. (1 de agosto de 2010). China's Geely completes Volvo buy. *Reuters*. En: <https://www.reuters.com/article/us-geely/chinas-geely-completes-volvo-buy-idUSTRE66S1TC20100802> (acceso último el 10/08/2019)

Fariza, I. (3 de abril de 2017). Así son los coches que la china JAC Motors fabrica y vende en México con ayuda de Slim. *El País*. En: <https://elpais.com/economia/2017/03/30/actualidad/1490831096827890.html> (acceso último el 10/08/2019).

Fontdeglòria, X. (27 de diciembre de 2017). El grupo chino Geely redobla su apuesta por Volvo con la división de camiones. *El País*. En: <https://elpais.com/economia/2017/12/27/actualidad/1514381819745354.html> (acceso último el 10/08/2019).

Ford cierra la venta de Volvo al fabricante chino Geely (28 de marzo de 2010). *El País*. En: https://elpais.com/economia/2010/03/28/actualidad/1269765173_850215.html (acceso último el 10/08/2019).

Geely (s/d). *Proton Cars*. En: <http://zgh.com/our-brands/proton-cars/?lang=en> (acceso último el 10/08/2019).

Geely Auto Group (17 de noviembre de 2017). *First "Atlas" from BELGEE Plant Roll Off Assembly Line*. En: <http://global.geely.com/2017/11/17/first-atlas-from-belgee-plant-roll-off-assembly-line/> (acceso último el 10/08/2019).

Geely, la empresa china que se acaba de convertir en el mayor accionista del gigante automotriz Mercedes-Benz (y que inquieta a Alemania) (28 de febrero de 2018) *BBC Mundo*. En: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43201312> (acceso último el 10/08/2019).

General Motors (GM) (6 de diciembre de 2009). *SAIC and GM announce expansion of cooperation in Asia*. En: https://media.gm.com/media/th/en/chevrolet/news.detail.html/content/Pages/news/th/en/2009/1204_GM_and_SAIC_announcement.html (acceso último el 10/08/2019).

Hellstrom, J. (27 de diciembre de 2017) China's Geely turns to Volvo trucks in latest Swedish venture. *Reuters*. En: <https://de.reuters.com/article/us-volvo-geely/chinas-geely-turns-to-volvo-trucks-in-latest-swedish-venture-idUKKBN1EL0E6> (acceso último el 10/08/2019).

Himitian, E. (18 de enero de 2008). Macri, aliado con los chinos. *La Nación*. En: <https://www.lanacion.com.ar/autos/al-volante/macri-aliado-con-los-chinos-nid979687> (acceso último el 10/08/2019).

International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2019). En: <http://www.oica.net/> (acceso último el 16/08/2019).

La china BYD invertirá U\$S 100 millones en Argentina y fabricará vehículos eléctricos (16 de mayo de 2017). *La Voz del Interior*. En: <https://www.lavoz.com.ar/negocios/la-china-byd-invertira-us-100-millones-en-argentina-y-fabricara-vehiculos-electricos> (acceso último el 10/08/2019).

La china SAIC se queda con motores de Saab. (14 de octubre de 2009). *El País*. En: https://elpais.com/economia/2009/12/14/actualidad/1260779576_850215.html (acceso último el 10/08/2019).

Li, F. (26 de marzo de 2019). Geely steps up efforts in BRI markets. *China Daily*. En: <http://www.chinadaily.com.cn/a/201903/26/WS5c998f0ea3104842260b2936.html> (acceso último el 10/08/2019).

Li, F. y Leyton Espinoza, A. (15 de diciembre de 2009). BAIC buys Saab assets from GM. *China Daily*, En: http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/2009-12/15/content_9179516.htm (acceso último el 10/08/2019).

López Aranguena, B. (11 de noviembre de 2010). Chery opta por Turquía para desembarcar en Europa. *El País*. En: https://elpais.com/diario/2010/11/11/catalunya/1289441241_850215.html (acceso último el 10/08/2019).

Luo, J., Roos, D. y Moavenzadeh, J. (2006). *The Impact of Government Policies on Industrial Evolution: The Case of China's Automotive Industry*. (Master Thesis in Technology and Policy), Massachusetts Institute of Technology, Cambridge.

McCaleb, A. (2015). China automobile industry. Development, policies, internationalizations. *Gdańsk East Asian Studies*, 8, pp. 163-172.

Naishtat, S. (22 de abril de 2018). Desembarco chino para fabricar buses eléctricos que no contaminan. *Clarín*. En: https://www.clarin.com/economia/desembarco-chino-fabricar-buses-electricos-contaminan_0_B1yeDoq2f.html (acceso último el 10/08/2019).

Nicholson, C. (2 de agosto de 2010). Chinese Carmaker Geely Completes Acquisition of Volvo From Ford, *New York Times*. En: <https://www.nytimes.com/2010/08/03/business/global/03volvo.html> (acceso último el 10/08/2019).

Resende, T. (1 de agosto de 2011). Chinesa JAC vai investir US\$ 600 mi em montadora no Brasil. *Folha de S.Paulo*. En: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2011/08/952762-chinesa-jac-vai-investir-us-600-mi-em-montadora-no-brasil.shtml> (acceso último el 10/08/2019).

Resiale Viano, J. (2019). Desarrollos recientes de la industria automotriz china en América Latina, *Informe China-CELAC: Avances hacia el 2021*, 3, pp. 26-31.

Ríos, M. (7 de enero de 2011). Fabricante de carros chinesa Chery cresce 1.309% no Brasil em 2010. *O Globo*. En: <http://g1.globo.com/carros/noticia/2011/01/fabricante-de-carros-chinesa-chery-cresce-1309-no-brasil-em-2010.html> (acceso último el 10/08/2019)

SAIC, GM eye India market (17 de octubre de 2009) China Daily En: http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2009-10/17/content_8806293.htm (acceso último el 10/08/2019).

SAIC, GM mull India JV (4 de diciembre de 2009). China Daily En: http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2009-12/04/content_9114257.htm (acceso último el 10/08/2019).

Santillán, G. (2017). El Sueño Chino de Rejuvenecimiento Nacional: bases de formulación, dimensión interna y diálogo sino-norteamericano. *Relaciones Internacionales*, 26 (53), pp. 191-205.

Shaker, N. (2010). *Internationalization strategies of the Chinese automotive industry: Challenges and a plan for going global*. (Master's thesis in International Business), University West, Trollhättan.

Shirouzu, N. (18 de agosto de 2018). China's Geely in deal to let Malaysia's Proton tap new-energy, other vehicle tech in global push. *Reuters*. En: <https://www.reuters.com/article/us-china-autos-geely-proton/chinas-geely-in-deal-to-let-malaysias-proton-tap-new-energy-other-vehicle-tech-in-global-push-idUSKBN1L3080> (acceso último el 10/08/2019)

Subev, V. (4 de mayo de 2017). The fall of the “Great Wall of China” in Bulgaria – a lesson to foreign investors. *Radio Bulgaria*. En: <http://bnr.bg/en/post/100816551/the-fall-of-the-great-wall-of-china-in-bulgaria-a-lesson-to-foreign-investors> (acceso último el 10/08/2019)

Taylor, E. y Shirouzu, N. (28 de marzo de 2019). Daimler to develop Smart brand together with Geely, *Reuters*. En: <https://www.reuters.com/article/us-daimler-geely-electric/daimler-to-develop-smart-brand-together-with-geely-idUSKCN1R90NG> (acceso último el 10/08/2019)

The State Council of the People's Republic of China (SCPRC) (2016). *Chinese enterprises enter "Go Global" era 4.0*. En: http://english.gov.cn/news/top_news/2016/04/11/content_281475325205328.htm (acceso último el 16/08/2019)

Thun, E. (2004). Industrial Policy, Chinese-Style: FDI, Regulation, and Dreams of National Champions in the Auto Sector. *Journal of East Asian Studies*, 4 (3), pp. 453-489.

Yakob, R., Nakamura, H. R. y Ström, P. (2018). Chinese foreign acquisitions aimed for strategic asset-creation and innovation upgrading: The case of Geely and Volvo Cars. *Technovation*, 70/71, pp. 59-72.

Yuan Chen, C., Lin Lawell, C. y Wang, Y. (2019). *The chinese automobile industry and government policy*. Cornell University Working Paper.

Zhong, N. (2 de agosto de 2018). BAIC revs up presence in South Africa. *China Daily*. En: <http://www.chinadaily.com.cn/a/201808/02/WS5b625950a31031a351e9195e.html> (acceso último el 10/08/2019)